

Professor Joacy Medeiros



Professor da UFRN, publicitário e graduado em Jornalismo pela UFRN, graduado em Economia pela UFRN, pós-graduado em Marketing pela FGV, pós-graduado em Tecnologia Educacional pelo INPE e pós Graduado em Administração pela UFRN. Sócio-proprietário da Dumbo Publicidades e Promoções Ltda.

Entrevista:

Reportagem: Nadson Gutemberg

O empreendedorismo na área da comunicação

1- A área da Comunicação apresenta bons exemplos empreendedores no Rio Grande do Norte. Apresente sua empresa e seu surgimento:

A Dumbo Publicidade tem 36 anos de mercado, ela surgiu da idéia de Carlos Silva que resolveu criar uma agência de propaganda em Natal com o nome de Dumbo, e para isso juntou mais três sócios, um desses primeiros sócios resolveu sair, e um deles me chamou para participar do grupo. Ela foi fundada em Maio de 1971 e em Agosto de 1971 eu fui chamado. Eu tinha na época uma agência de propaganda chamada "Prêmio Propaganda". Deixei minha agência de lado e fui pra Dumbo, uma agência maior, com mais estrutura, com mais qualidade de competir e oferecer qualidade de serviço aos clientes, aos meus clientes e aos clientes que eram dela na época.

A Dumbo tem uma história bastante conhecida no Rio Grande do Norte, pelo seu pioneirismo, pela formação de profissionais na área de propaganda. Hoje você tem em Natal várias empresas cujos proprietários e sócios vieram ou pelo menos passaram pela Dumbo Publicidade. Eu acho que um os motivos de orgulhos que

agente tem é ter podido formar esses profissionais e ver alguns deles fazendo trabalhos importantes e de qualidade, e isso de certa forma é uma contribuição para fortalecer o mercado.

Mas é importante que se você quer empreender nessa área, procure se aliar a alguns amigos, pra poder se fortalecer nos segmentos profissionais que essa atividade exige,

2- Quais as principais facilidades e dificuldades do empreendedorismo na área da comunicação no Rio Grande do Norte?

De uma certa forma não é muito diferente de outros negócios. Claro que a comunicação é como um jogo de futebol, todo mundo é técnico. E isso já começa a complicar um pouco porque comunicação aparenta ser fácil, mas é extremamente difícil, na medida em que tem objetivos, principalmente na área de propaganda, objetivos definidos, claros. Isso significa passar uma mensagem e fazer com que essas pessoas reajam positivamente em direção aquilo que é pedido na comunicação e o que a comunicação tenta fazer.

É um desafio grande, porque aparentemente qualquer pessoa pode fazer, mas sem a consciência e a responsabilidade de quem tem o domínio técnico, do conhecimento do público alvo, dos consumidores, dos clientes de um modo em geral, e também de adequar a linguagem a esse público, e de ter conhecimento das necessidades e de que corresponda positivamente a essas necessidades.

Do ponto de vista empresarial, você trabalha com a principal mercadoria, digamos assim, de que não se trata de uma coisa concreta, se trata de coisas subjetivas e intangíveis. Apesar de ser materializado num filme comercial, num anúncio de jornal ou de revista, você está vendendo um conceito, vendendo um princípio, um elemento que visa enriquecer uma informação, mas procurando encontrar uma resposta. Então, esse é o maior desafio.

O segundo desafio, é que você precisa fazer acreditar, vendendo um produto como esse, que as pessoas confiem no seu trabalho, e possam pagar pra ver seu

trabalho no ar. Não basta ele ver, você apresentar pra ele. Ele só cria sentido no ar. E o empresariado de um modo geral é muito difícil, por que é um investimento que você tem que fazer pensando em resultados futuros, isso impõem a necessidades de riscos. Na propaganda até se investia com menos capital do que hoje, mas hoje você não pode pensar na propaganda sem pensar na menor das hipóteses em investir em um bom computador, e em programas de computador que também custam caros, a partir daí você tem esse desafio, evidentemente que hoje tem todas essas facilidades proporcionadas que você sozinho seja uma agência de propaganda, claro que com as limitações de uma pessoa que tem uma empresa do "eu sozinho". Mas é importante que se você quer empreender nessa área, procure se aliar a alguns amigos, pra poder se fortalecer nos segmentos profissionais que essa atividade exige, pra você ter alguém que faça redação, que faça arte, que faça contato. Você até pode fazer tudo isso, mas vai durar pouco, porque o mercado exige muito mais, e a necessidade de se estruturar termina sendo uma necessidade do próprio mercado.